

Indice

p. VII Premessa

- I. Neo istituzionalismo e teoria dell'impresa: un'introduzione
 - 5 1. Le istituzioni
 - 8 2. I costi delle transazioni
 - 10 3. Le ipotesi comportamentali: razionalità limitata e opportunismo
 - 12 4. La natura dei contratti
 - 13 5. Risorse specifiche e quasi rendite
 - 15 6. Le asimmetrie informative

- II. Cos'è un'impresa?
 - 19 1. Natura ed esistenza dell'impresa
 - 20 2. La teoria di Coase
 - 22 3. Le teorie basate sulla ricerca delle rendite
 - 25 4. Alcune evidenze empiriche
 - 27 5. L'impresa come insieme di risorse
 - 29 6. L'impresa come finzione legale
 - 30 7. *Multitasking* e sistemi di incentivo
 - 32 8. Produzione di squadra e *free riding*
 - 35 9. La teoria dell'adattamento
 - 36 10. L'impresa portatrice di reputazione

- III. *Hold up* e diritti di proprietà
 - 42 1. Un modello di monopolio bilaterale
 - 43 2. I diritti residui di controllo
 - 46 3. L'approccio dei diritti di proprietà
 - 48 4. Il livello di investimento migliore in assoluto
 - 49 5. Il *second best*
 - 52 6. Il caso di integrazione all'indietro
 - 52 7. Il caso di integrazione in avanti
 - 53 8. La struttura proprietaria ottimale
 - 53 9. Struttura proprietaria e incentivi delle risorse umane

IV. Fiducia, reputazione e cultura d'impresa

- 56 1. Il gioco statico della fiducia
- 60 2. Il supergioco della fiducia
- 66 3. Il ruolo della reputazione
- 66 4. Il capitale reputazionale delle organizzazioni
- 67 5. Il ruolo della cultura di impresa
- 71 6. La reputazione come risorsa *tradeable*
- 72 7. La reputazione «collettiva»

v. Imprese e incentivi

- 76 1. La separazione tra proprietà e controllo delle imprese
- 77 2. Opportunismo dei manager e struttura della proprietà del capitale
- 79 3. Il controllo diretto (interno) e indiretto (esterno)
- 80 4. Il *trade off* tra incentivi e assicurazione contro il rischio
- 82 5. L'atteggiamento nei confronti del rischio
- 85 6. Un modello di relazione principale-agente
- 89 7. Un esempio di contratto di agenzia
- 93 8. La misurazione della performance
- 98 9. Incentivi basati sulle misure della performance
- 99 10. Agenti con compiti multipli (*multitasking*)
- 101 11. I contratti relazionali
- 103 12. Incentivi e teoria dell'impresa

VI. I costi delle gerarchie

- 109 1. Costi delle gerarchie e autorità: un'introduzione
- 112 2. Le attività e i costi di *influence*
- 113 3. Un esempio: *influence* sull'assegnazione di un posto «chiave»
- 115 4. Le strategie di decisione-partecipazione
- 116 5. Azioni non osservabili e politica di promozione
- 117 6. Centralizzazione e delega di autorità
- 119 7. Il *trade off* tra controllo e incentivo
- 122 8. Effetti incentivanti della delega
- 124 9. L'allocazione ottimale dell'autorità decisionale
- 125 10. Delega e contratti relazionali
- 126 11. La delega quando il principale è informato
- 127 12. La delega quando il principale non è informato

131 Bibliografia